

2023年客户调查分析报告(优质10篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来看看吧。

客户调查分析报告篇一

一、 工作方面

(一)日常工作

由于我的工作技能、营销能力和阅历与资深客户经理都有一定差距，所以我不敢掉以轻心，总在学习总结怎样才可以更好地做好银行工作，不断学习、不断积累，能够比较从容地处理日常工作中出现之各类问题。在日常工作中，我主要从基础开始学起，积极向老同志学习经验，并且在实践中不断提升自己的营销能力，培养客户关系，努力维护好老客户，挖潜新客户。

首先是用好各种工具，包括pcrm系统的使用，个人客户经理工作日志的总结，基金客户系统的梳理等等。发现问题及时向同事或领导请教，不断总结自己的不足与缺点并加以改进。

其次，做好每日客户维护工作，主要方式是给客户打电话、发短信进行前期沟通，并且适时约访客户进行情感维护和产品营销，在有客户过生日的时候适时送上祝福的短信或电话。对于有产品到期的客户和基金客户，进行售后服务和回访，并借此机会进行二次营销。

再次，由于我行只有一名大堂经理，很多时候我都要扮演大堂经理的角色。又由于我是###的新人，对客户需要一个熟悉

的过程，在大堂的经验给我很多接触客户的机会，也在此过程中挖掘了一批潜在客户。杨叔叔就是在大堂的接触中发掘的一名拆迁客户，最终我在同行竞争异常激烈的情况下将其成功地营销成了我行的优质贵宾客户，从##银行转过来200多万。像这样的例子还有很多。

在20xx年上半年，###支行充实了客户经理队伍，达到了三名专职客户经理的配备规模。经过我们团队半年的努力，我们在基金、理财产品和保险理财等方面都取得了一定的成绩。截止3月底，我行共销售基金###万元，完成任务的35%。截止6月底共销售本利丰理财产品###万元。截止3月底共销售代理保险###万元(3月末)。这些数据都是我们团队共同努力的结果，而我本人的贡献度也在慢慢的增加。特别值得一提的是，在个人贷款方面，由于我的细心发现，我行与中国##大学进行了一次个人贷款方面成功的公私联动，最终新增了7笔个人贷款(已经审批完毕，抵押登记后放款)。

我行在半年中还坚持公私联动的活动，成功地举办了走进##公司，走进中国##大学等一系列活动，取得了良好的效果。

二、 学习方面

(一) 日常学习

在20xx年上半年，我参加并顺利通过了一些职业技能方面的资格认证考试，包括：基金销售从业资格考试；银行业从业资格考试个人理财、风险管理。此外我还参加了分行组织的个人信贷业务考试。

半年里，我积极参加支行、分行组织的各项培训，包括刚刚结束的分行组织的个人客户经理培训；支行客户经理例会上各种产品和技能方面的培训；总行关于个人理财业务非保本转型和新系统上线的培训等等。此外还有基金公司、期货公司举行的各式各样的培训。在每周一次的培训中，丰富的课程学

习使我的知识储备和层次得到了提高，并快速的进入了客户经理的角色。分行、总行的培训使我对于我行的理财产品有了更深层次的认识，并使我进一步理解了我行出台的各项方针和政策，看到了#行发展的巨大潜力，增加了我们业务发展的紧迫感。 三、存在之问题和今后努力方向。

我虽然能敬业爱岗、积极地开展工作，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：第一，业绩技能水平还不够熟练，有些很好的客户资源，原本能够很好之合作，但自己却不能很好之有针对性之为客户制定业务方案。第二，现有之客户资源，没有能够很好之深挖细刨;对于自己有目标之客户群体也一直没有找到合适之介入机会。第三，有些工作做之不够过细，一些工作协调不是十分到位。

下半年已经步入，针对以上突出之问题，我将争取最大努力做到以下几点：第一，加强学习，提升技能，只有具备完善之业务技能水平，开展业务才可以得心应手，游刃有余。第二，在做好本职工作之同时，积极营销，更新观念，争取以良好之心态和责任心，做出较好之业绩回报招行。第三，细节决定成败，今后我将努力完善工作细节，增强部门、同事、银企之间等合作意识，加强团结，不断改进，力争做好银行工作。

客户调查分析报告篇二

时光飞逝，光阴似箭，今天已经步入了20xx年的第三季度，为了使本部门的工作更好的开展，也为了使部门的管理得到提升，现给我们走过的第二季度做一总结。

上季度三个月（7—9）客房总收入为4790167，比年初制定的预计第三季度的总收入5341020，相差55万□20xx年第二季度总收入为4494091元□20xx年客房收入比去年同期相比提升了6个百分点。虽然在客房收入方面没有完成年初的既定任务，但是在部门各项工作中仍然存在可喜的成绩。

1、在对客方面，加大了拜访的力度，增加了和客人的沟通和交流。使客人对酒店存在的一些建议和意见能及时的进行反馈和跟进，使客人更加的信赖于我们。在加大跟进账单的问题方面，力度明显大于以前，账单相比都能及时进行补签。

2、在接待方面，顺利完成了暑假期间的客房入住情况，接待各个旅游团体都能比较完善，在重要会议方面，完成了阳春市党代会的接待工作。

3、对于员工的素质培训方面，主抓的为礼仪姿势和信息量的培训。

4、对于酒店安全隐患的整改，通过巡视酒店各个区域，对于各个区域增加了安全指引和提示等来完善。

5、在月饼销售方面，在全体员工的共同努力下部门完成了下达任务的95、6%，部门员工多数在下班后去拜访客户以及电话多次联系客人，在此非常感谢在月饼销售中部门所有的员工付出的辛苦和努力。前厅部员工在销售100盒以上的有13人。

1、加大部门员工的培训工作的，以对客服务方面的培训，多加案例和实际操作为主。并且抓好检查的工作。使部门的员工的对客人的服务水平整体提高（其中包括员工素质，员工礼仪，工作规范等的培训）

3、做好对客的沟通和拜访工作，在第四季度阳春旅游相比较处于一个淡季，为了使客房的出租率能提高，加大单位和公司的拜访，主要以会议团为住，大型会议的接待来提升客房的开房率。

以上是前厅部在第三季度的一些总结和以后的工作安排，通过总结才能认识到部门存在的不足和可以提升的方面，在以后的工作中前厅部一如既往的和各个部门一起，做好沟通和协调，加大各个部门的合作关系，使部门工作更加完善，使

生意更加兴旺。

客户调查分析报告篇三

首先，感谢烟草公司领导给了我这次宝贵的培训学习机会。20**年11月23日，我怀着紧张而又兴奋的心情迈入了烟草公司的大门。经过了一天的理论学习及电脑操作后，我又随公司的三名优秀客户经理一起去下边乡镇进行了访烟学习。十天的时间尽管很短暂，却使我受益匪浅。即通过了营销理论知识学习充实了自己的头脑。又通过了实践走访为以后的工作开展打下了坚实的基础。在学习中明确了“我是谁？我要干什么？如何干好？”的问题。

通过理论学习和实践走访，我认为客户经理的工作流程如下：

一、了解了公司近日的市场供烟情况，听取领导布置的工作重点和工作要求任务。

二、出访前准备，制定走访计划，察看线路图。充分估计可能出现的问题以及应对的措施。携带好拜访记录本以及客户经营指导书和必要的宣传材料，工作用品等。

三、实地走访：向客户询问卷烟营销情况，察看客户的卷烟库存，进行营销指导，推荐公司的卷烟重点品牌协助商户写好订单自提簿。帮助客户处理在自己权限之内的可以解决的问题。四，每日信息总结：拜访客户结束后，进入系统完成今日的拜访计划记录。催促未电结成功的客户尽快交纳烟款。并完成各类烟的信息采集。察看当日的自己排位情况，制订下一步的工作计划。

十日中，印象最深的是。在早晨8点多与老客户经理骑着摩托车顶着刺骨的寒风去客户家访烟。走到客户家时，我们的脸，手，脚因寒冷而被冻的麻木了。只有不停的跺脚，搓手，搓脸才能慢慢的缓过劲来。尽管我们肢体上很寒冷，但内心却

是火热的。在一丝不苟的访问二，三十个客户后，常常是中午一点多了。匆匆吃完了午饭后。又要抓紧时间回到公司完成当日的工作记录与系统信息维护。尽管都是在这样的忙碌中结束了一天的工作。但我们的内心是快乐而充实的。在这十日的学习和营销管理实习中。我深深体会到。当好客户经理，必须要做到五勤，即手勤，嘴勤，心勤，腿勤，脑勤。只有做好了这五勤，才能成为一名优秀的烟草客户经理。

我认为：客户经理不仅是销售管理人员，要把各种营销对路的香烟和公司重点品牌推荐给客户。提升结构和销量。维护卷烟销售市场。客户经理更重要的职责是服务客户，不仅要满足客户的销售要求，还要学会换位思考。站在客户的角度思考问题。“急客户之所急，忧客户之所忧。”时刻把客户经营当作自己在经营。把客户的事当作自己的事，当客户的经营出现困难时，我们要在第一时间为他们提供行之有效的建议和力所能及的帮助。努力达到使客户满意的目的。

总之，通过这次学习理论知识和实践走访。我对自己的岗位职责和工作要求有了深刻的认识。我目前离合格优秀的客户经理还相距甚远。但我会严格要求自己，在工作中多动脑筋，积极主动地向优秀地客户经理学习专业知识和工作经验。在工作中多动脑筋，因为只有方法对了头，才能提高工作效率，我要在工作中思考，在思考中进步。

最后，无论我是否被公司录取为客户经理。我都要谢谢公司领导给我的这次机会。再一次谢谢了。

客户调查分析报告篇四

一、 深化落实公司各项规章制度和客服部各项制度

在第x季度初步完善的各项规章制度的基础上□x季度的重点是深化落实，为此，客服部根据公司的发展现状，加深其对物业管理的认识和理解。同时，随着物业管理行业一些法律、

法规的出台和完善，客服部也及时调整客服工作的相关制度，以求更好的适应新的形势。

二、理论联系实际，积极开展客服人员的培训工作

利用每周五的客服部例会时间，加强对本部门人员的培训工作。培训工作是根据一周来在工作当中遇到的实际问题展开的，这样就做到了理论与实际的结合，使每位客服人员对“服务理念”的认识更加的深刻。

三、日常报修的处理

据每周末的工作量统计，“日接待”各种形式的报修均达十余次。根据报修内容的不同积极进行派工，争取在最短的时间内将问题解决。同时，根据报修的完成情况及时地进行回访。

四、xx区物业费的收缴工作

根据年初公司下达的收费指标，积极开展□xx区物业费的收缴工作。最终在物业经理、书记及其它各部门的支持下，完成了公司下达的收费指标。

五、能源费的收缴工作

如期完成xx区每季度入户抄水表收费工作的同时，又完成了公司布置的新的任务-----xx区首次入户抄水表收费工作。

六、xx区底商的招租工作

制定了底商的招租方案，并在下半年成功的引进了“超市、药店”项目。

七、部分楼宇的收楼工作

在x月份，完成了、收楼工作;同时，又完成了部分xx区回迁楼收楼工作。

八、节日期间园区的装点布置工作

积极完成各节日期间园区内的装点布置工作，今年公司加大了对中秋节期间园区装点布置的力度，在小区门及xx区各大堂内购置了各种装饰品。

九、业主座谈会

在中秋前夕，组织进行了第三季度一度的业主座谈会。邀请来的各位业主在会上积极发言，对物业公司的服务工作给了充分的肯定并提出了合理的建议。

总之，在第季度的工作基础上，第四季度我们满怀信心与希望，在新的季度里我们坚信，只要我们勤奋工作，努力工作，积极探索，勇于进取，我们一定能以“最大的努力”完成公司下达的各项工作指标。

客户调查分析报告篇五

（一）20xx 年度工作成果及计划完成情况

维修扣款、签证工作程序》及其他岗位说明书、作业指导书组建了欧5期v公馆、怡江苑、怡君苑、怡景苑cc尚品、黄石奥山星城等项目的维修组，并确定维修组成员。以上维修组承担了奥山地产旗下所有商品房、还建房质保期内的质保维修工作。

在日常工作中，客户服务部对各项目管理处维修组不断培训，使维修组成员能按照奥山地产客服中心的支持性文件要求完成质保期内维修工作，同时客户服务部积极协助各管理处与奥山地产武汉城市公司项目部、客户服务中心、工程管理

心、成本合约中心、研发设计中心、各项目工程总包及分包单位协调沟通，积极落实各种质保期内整改维修工作。

地产事业部例会议题等向地产事业部进行多方面的反馈及跟进落实，同时提出合理方案和建设性意见。

截止到20xx年12月19日□20xx年度客户服务部共发送工作报告、工作联系函、请示函164份。其中：工作报告5份、工作联系函151份、请示函8份。

5) 欧景苑5期a-101唐莉家中水泵房噪音问题；

7) 怡江苑c-2-203王文华家中因排污管堵塞导致反水赔付事宜；

进取、端正态度的精神不断摸索出新的管理方法及经验，为各项目管理处的客户服务工作保驾护航□20xx年在客服体系建设方面也取得了一些成效。

2、部门成立之初在胡立君及虞成姝两位培训师的组织下，客户服务部对各项目管理处客服、保洁人员组织培训13场次，外出参观学习1次，共计156人次。其中保洁工作完成保洁人员入职培训、仪容仪表、小区及售楼部保洁服务标准、组建各项目保洁部门架构、组织参观学习武汉奇峰石材护理公司石材展示及设备演练中心、协助完成恩施项目开荒保洁以及保洁培训考试等工作；客服工作完成客服职业道德、职业规划、客餐接待、仪容仪表、行为规范、建立客服人员工作标准以及客服培训考试等工作。

3、为了提高各项目管理处工程维修组的工作效率，保障维修程序的正常运行，客户服务部联合地产客服中心对欧5期□v公馆、怡江苑、怡君苑、怡景苑、黄石奥山星城□cc尚品等项目管理处共集中组织工程维修、签证扣款培训、答疑11场次，共计98人次。客户服务部深入各项目管理处现场组织维修程

序培训8次，共计56人次。通过不断的培训及指导，让各项目维修组成员充分理解透彻质保维修程序、流程、报表的填写以及软件录入等。

客户调查分析报告篇六

互联网和通信技术的高速发展，使电子商务迅速普及。凭借互联网无地域限制的优势，消除了产品、服务供应商和需求者之间地点与距离相关的障碍，我国经济正逐渐成为以互联网、通信技术为基础的新经济。

现在越来越多的人为了方便节约时间，网上购物越来越贴近人们的生活b2c□c2c模式在降低运营成本、方便快捷等方面的优势，大大降低了企业和个人的行业进入门槛，一时间网商如雨后春笋般纷纷涌现。网络购物的兴起，正悄然改变着社会的商业结构和生活方式。，由于大学生接触网络比较多，所以我们对大学生网上购物进行调查。

二、调查目的：

对大学生网上购物的调查，以便了解大学生在网上购物的情况与需要，此次调查网络购物作为一种新兴的信息载体，近几年在大学里日趋流行，受到愈来愈多的大学生的青睐。

三、调查对象和方法

1、调查对象：本次调查以一个班级为总体，为了能全面反映在校大学生的上网购物状况，使其更加接近大学生群体上网购物现象的真实情况。

2、资料收集方法：采用问卷调查方法调查。向一个班级发放《大学生网上购物问卷调查》主要了学生关于上网购物基本情形和情况本次调查实际发放问卷43份，回收问卷36份，有效率84%。

四、调查报告总结与建议

通过上述的调查报告，说明大多数大学生在网上购物还不是很普及，但潜在很大的发展空间，现在大多数主要还是依靠传统的购买方式，有在网上购物的大都是追求新奇与有特性的产品，他们的需求具有差异性，追求购买过程的方便与享受，具有交叉性，一般是比较理性的消费，但阻碍他们的只要是网上售后服务的问题与货物的质量，与货物配送问题。

针对以上的总结我们也对厂商门提出一些的建议，要加强网络安全的服务，要监督好网上商品质量，保证消费者买到的是货真价实的商品，这样他们在购买后心里才不会与预期的落差相差很大。

客户调查分析报告篇七

将心比心,换了是自己也是不好受的,所以在介绍产品时一定要实话实说的告之与客户,有利必定有弊也会有风险,心态好能够承受风险的可以帮助他们办理,不愿意接受不能承受压力的就不要勉强.抱着随时为客户着想的工作态度工作,真的感觉就不一样了,后果也更不一样,我就是这样做的,不仅帮助他们理财,也和他们交上了朋友,这样的事情又何乐而不为呢呵呵!!!

客户调查分析报告篇八

在现代企业的日常经营活动中网络已经成为了不可缺少的一部分，而电子商务作为网络时代下新兴的商务模式不仅仅改变了整个市场同时也对企业的管理方式、贸易方式等产生了巨大的影响，这使得企业的商务模式较以往发生了巨大的变革[1]。作为企业日常管理的重要组成部分财务管理无疑发挥着至关重要的作用，若要让企业的竞争力得到提升就必须让财务管理迎合电子商务的特点并以此为导向对其进行创新，以此来推动企业的发展，让企业达到更高的层次。

一、电子商务对财务管理环境的影响

在电子商务的作用下使得企业财务管理环境发生了极大的变化，主要表现如下：(1)个性化生产占据主导地位。以往大众市场经济活动较为突出，这使得企业过于强调内部资源集中化并通过扩大生产规模的方式来占据市场空间。而在网络信息时代下受到电子商务的影响，大众化市场已经逐渐退化，与此同时消费者的要求也变得越来越多样化，这就需要企业通过提升自身应对市场的灵敏度，通过个性化产品去占据市场份额。(2)信息化竞争占据主导地位。目前信息知识掌握已经成为了企业提升竞争能力的核心因素之一。在大量信息流动的情况下企业要保证自身能够准确地捕捉并给予正确的判断，通过掌握信息来深层次地了解市场动态以及产品动态从而获取较为可靠的客户需求信息，以此在市场占据一席之地。(3)企业联盟占据主导地位。在市场开放程度不断提升的过程中我国企业所面临的不仅仅是“本土对手”，同时也受到了发达国家的国际企业挑战，这也将企业竞争从区域化推至了全球化，这也促进了企业联盟的产生[2]。

二、电子商务对于企业财务管理的影响分析

在上述环境发生变革的情况下自然也给实际中的财务管理带来了影响，主要表现为以下几个方面：(1)集中式财务管理愈来愈受到重视。电子商务将客户、销售、产品等资源进行了统一性的整合，在电子商务不断展开的过程中让企业经营不再受到时空束缚，但这种情况下也同样使得企业开始过于依赖客户、合作人等虚拟企业，在企业运营过程中需要对信息进行全局化掌握，这就给予了集中式财务管理有利的运作条件。通过集中式运作方式可让企业迅速对集中资金进行调配，同时企业管理层可对财务信息进行高效查询，以此来达到有效监督目的。同时集中式财务管理可加强资源配置以及资源整合，从一定幅度上降低了企业运作成本。(2)动态财务管理愈来愈普遍。在以往的企业财务管理当中主要是以静态财务管理为主，而静态管理的基础则依托于相关会计资料以及部

门资料。在信息化时代下以网络技术为铺垫可对企业日常活动乃至细微环节实施动态监控，这就让静态财务管理逐渐转变成了动态化财务管理。在动态化财务管理作用下企业的相关业务可迅速反映成会计信息，这种实时信息无疑更具有潜在商业价值，同时对这些信息进行综合性处理后便能够立马得到财务报告。另外企业可与网上银行进行关联，可借助网上银行平台对银行资金信息等进行立即性查询。通过上述动态性财务管理让企业具备了更为可靠的风险管理能力，同时根据风险漏洞企业可迅速作出针对性决策，让企业运营的安全性得到了极大的提升。(3)协同化财务管理影响范围不断扩充。在电子商务的导向作用下让企业财务管理活动与业务活动实现了同步从而推动了协同化财务管理的进行。协同化财务管理不仅仅包含了日常财务管理互动同时将企业财务管理与业务开展以及供应链沟通进行了有效的整合，在此基础上与社会部门也产生了一定的协同作用。协同化财务管理过程中只要有业务产生必然会生成相关财务信息，同时所得到的信息可进行立即性处理并有效地反馈至业务系统，还能够产生协同管理信息。在上述作用下便可以让企业对财务活动以及业务活动的时间差进行有效的把握，防止财务滞后于业务，保证了两者的平衡，这种协调性发展对于企业实现长期战略目标有着重要的促进作用。(4)提升了财务管理活动的便捷性。基于电子商务的企业财务管理推动了线上交易形成，同时也实现了财务管理可在线进行，这大大地提升了财务管理的便捷性。通过在线平台财务管理人员可立即对相关信息在网上做出匹配反应并借助网络部署活动以及发布相关信息。

三、结语

电子商务在全球的不断推广给企业带来了新的商机与新的挑战，这也促使了财务管理的变革，如今财务管理正向着集中化、动态化、协同化、在线化以及便捷化方向发展，在这种形势导向下财务管理将达到更高的高度从而促进企业能够更好地实现战略目标，促进企业稳步发展。

客户调查分析报告篇九

本年度在总公司、物业系统中心正确领导下，客服机制逐步健全，服务质量提升，顾客投诉减少，协调能力增强。

（一）举办家属区元旦、春节、劳动节、60周年大庆、抗击甲流等板报黑板报、简报若干期，加强了与内外顾客的联系沟通。

（二）遇到重要情况，张贴“温馨提示”。

（三）寒假暑假开学，书写“迎新联”。

拟定《优质服务方案》、《平安红五月服务方案》提交并协助物管中心实施，推进优质服务工作。制作“交大物业安全优质服务卡”发放教职工。拟定“第一时间第一服务62652778”标牌贴于各个大楼，便于顾客联系服务。

拟定“节约水电倡议书”以宣传板置于主要大楼，拟定“节约电小贴士”、节约水电的标识贴于大楼。

（一）积极贯彻夜班、周末白班管理人员工作检查制度。

（二）及时向中心领导、部门经理提示质量工作薄弱环节。

（三）坚持每月1—2次物业质量交叉检查，通报，实施改进的工作。

（四）每周到物业工作现场检查，发现不合格及时通知部门改进。

（一）对各个部门培训工作提出每月一次的具体要求。

（二）对新版的《重庆市物业管理条例》，对主管以上管理

人员培训2次。

（三）对新版的《gb/t19001—20xx》质量管理标准，对主管以上管理人员和质量管理员培训2次。

按照iso质量管理要求，增订“物管中心物资采购、出入库管理办法”、“物管中心工作检查制度”等文件，增订、删除部分部门管理文件。

（一）间周向客户电话征求意见一次。

（二）搞了“11月18日后勤总公司物业客服联系接待日”，广泛征求家属区业主对物业服务意见建议，回答咨询。发放“交大物业安全优质服务卡”。

（三）保持客户服务联系24小时畅通，随时处理顾客求助。

（四）认真处理顾客投诉。

综上所述：客户服务工作的成效，表现在物业服务有了一个网络体系，内部各项工作得以联系，内外部信息得以交流，咨询信息得以答复，顾客反映的问题得以处理。客户对客户服务产生了信任感和依靠感。

不足：客户服务部除了经理外，尚无固定员工，难以形成客服工作稳定框架，内部管理体制还未理顺。客户服务部对工作检查中发现的问题和有关要求，个别部门不予落实。

在xx年xx月xx日，我来到xx到现在为这已经两个多月了。

这里的每一个人都很和蔼，遇到不知道的事情或者知识，大家都很热情的帮助我，让我觉的这里除了是一个公司，还是一个大家庭。

刚来的时候，觉得这里的工作节奏很快，对什么都充满了好奇，看着周围的同事打电话安排这样或是那样的工作，很是羡慕，特别希望自己也可以像他们一样得心应手的安排自己的工作。

看到客服部的采购跟单人员的流程时，觉得真的很简单很容易，可实际上手来做是，真的一点都不容易，每天会有好多的订单，订单里会有不同的品种，我的直观感觉就是很乱，很碎，不知道从入手。

看到那些订单时，上面的订单数量都是很庞大的数字，可能对于别人来说这不算什么，可是对我来说这样的数字是第一次接受，因为我从上学到毕业基本都是在做设计，很少接触到这么庞大数字，对我来说是个震撼，有时总会一不小心就搞错数量了。

总结：收集好所有有关的信息，整理好，一次到位的发给库房

从我xx年xx月xx日来到xx到现在，我发现自己在各个方面都有质的飞跃，我渐渐的成熟了，不再是刚刚离开校园的样子了，对于现在的这些改变我很满意，因为我正在一步一步的走向成功，在这里我特别感谢一直带我的赵相仿，是她一直不厌其烦的教我怎样做好这份工作。

客户调查分析报告篇十

20xx年，我们按照集团公司的统一安排部署，围绕省公司的发展战略和总体目标，以体系建设为基础，以行业应用为突破口，以实施十百千万工程为奋斗目标，充分发挥全业务优势，突出业务重点，不断完善管理体系和营销服务体系，提升队伍素质和客户服务满意度，实现_集团客户业务又好又快的发展客户经理工作总结工作总结。

下发了《集团客户分级服务规范指导意见》、《集团客户服务联动机制管理办法》两份主要文件，建立、完善集团客户全业务服务体系。

- 1、建立集团客户分级服务体系，加强服务细分。
- 2、强化集团客户服务规范，提升服务水平。
- 3、建立服务质量监控机制，促进服务提升。
- 4、完善服务流程，提升服务响应能力。

实现服务促发展，发展促服务的良性循环。强化集团客户名单制营销服务制度，落实《关于实行集团大客户名单制管理的通知》的各项工作要求，对_家省级集团客户单位，做到每一个集团客户都有指定的客户经理负责其营销和服务工作，确保集团大客户服务，整理明确了省、市二级集团大客户、核心客户名单，实现了有系统支撑的集团客户服务管理。

按照客户类别属性(行业客户或商企客户)、业务属性(纯移动业务集团、纯数固业务集团、纯行业应用类集团和综合业务集团)、规模属性(按照集团客户收入和用户量规模分级)，建立多维度客户分层分级管理体系。

在此基础上，提出新的针对不同类别集团客户的标准化服务要求，整合集团客户俱乐部服务平台和客户服务热线，加强对俱乐部客户服务规范、客户经理服务规范以及客户故障响应绿色通道等相应流程的落实;要进一步加深集团客户的服务深度和广度，增强客户感知，体现服务差异化，提升集团客户的满意度和忠诚度，最终实现集团客户和企业的双赢。

继续利用好公司客户俱乐部这一平台，加强对各类集团客户关键人物的通信外服务，特别是有针对性地开展大客户行业推广、年会等客户关怀活动，达到持续提高大客户满意度的

目的;面向中小企业客户拓宽服务渠道、完善集团客户积分体系、利用俱乐部资源支持客户的商业运作，以延伸服务为核心打造商务客户的特色服务。

完善行业客户的服务体系，加强客户经理服务规范以及行业故障响应绿色通道等相应流程的落实;客户需求结合为客户提供不同等级的服务，加深集团客户的服务深度，体现不同类别客户的服务差异化，增强客户感知，提升集团客户的满意度和忠诚度，最终实现集团客户和企业的双赢。

在此基础上，对存量的行业客户进行深度开发，通过行业解决方案的应用为客户提供一揽子的解决方案满足党政军机关和企事业单位对信息化和通信的需求。